

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

Redaktion: Dr. Hans E. Mühlemann
Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel
Erscheint wöchentlich - Basel, den 8. April 1950 - 50. Jahrgang - Nr. 14

Die Genossenschaft im Denken Leopold Zieglers

Der deutsche Philosoph Leopold Ziegler ist einer der bedeutendsten Denker des 20. Jahrhunderts. Seit seinem ersten Buch, das 1902 erschien, publizierte er eine ganze Reihe von Werken, ohne sich zu wiederholen. Im Gegenteil, es spiegelt sich in ihnen eine ausgesprochene Wandlung seiner Gedankenwelt, was uns zeigt, dass er mit den Welt- und Lebensrätseln nicht einfach «fertig» sein wollte. Im wesentlichen galt er in seiner ersten Periode als Schopenhauer-Schüler, gelangte dann aber über den Buddhismus immer mehr in die christliche Gedankensphäre. — Als sein Hauptwerk darf das 1922 in dritter Auflage erschienene Buch «Gestaltwandel der Götter» bezeichnet werden.

Als verantwortungsbewusster Kulturträger kann sich ein Philosoph den aktuellen Zeitfragen nicht entziehen. An ihnen muss er sich erproben, wenn er seiner Generation etwas bedeuten will. So hat auch Ziegler zu den Fragen der Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung, die unsere Jahrzehnte so brennend beschäftigen, Stellung genommen. Er tat dies schon nach dem ersten Weltkrieg mit seinem Buch «*Zwischen Mensch und Wirtschaft*» und dann in seiner Abhandlung über die Karl Zeiss-Stiftung, betitelt «Ernst Abbes Aufstufung organisierter zu organischer Wirtschaft.» — In den letzten Jahren begegnete er den sozialpolitischen Ideen Edgar Julius Jungs, worüber er ein Buch angekündigt hat: «E. J. J., Denkmal und Vermächtnis». — In einem kürzlich erschienenen Aufsatz, der uns hier beschäftigen soll, behandelt er das Problem der Sozialisierung[1].

Ziegler bezeichnet die Sozialisierung als erstrangiges Problem unserer Welt. Als ihr Ziel nennt er «die Errichtung einer menschenwürdigen Gesellschaft, societas, communitas humana.» Dabei ist er der Ueberzeugung, «dass keines der gegenwärtigen Geschichtsvölker ernsthaft noch die freie Wahl hat zwischen Sozialisieren und Nichtsozialisieren». Nicht über das Ob lasse sich mehr diskutieren; in «zwölfter Stunde» bleibe nur noch die «karge Restfreiheit» des Wie.

Die marxistische Theorie (und Praxis) lehnt Ziegler mit dem Hinweis ab, dass durch die Verstaatlichungen der Staat einen Machtzuwachs erlange, der immer zur Diktatur einer Gruppe oder eines «cäsarischen Uebermenschen» führe. Der Ausbeutung durch den omnipotenten Staat, die viel grösser ist als die durch die Kapitalisten, steht der Mensch machtlos gegenüber. «Je durchgreifender der Staat sozialisiert, desto ferner rückt die Gesellschaft, um derentwillen er sozialisieren sollte.»

Das einzige qualifizierte Sozialisierungsmittel für eine umfassende Lösung des Problems sieht Ziegler (in ausdrücklicher Anlehnung an Karl Geiler und E. J. Jung) in der *Genossenschaft*. Er sagt, «dass zwischen dem Einzelnen, nach wie vor menschlichem Wirtschaften unentbehrlich und unersetzlich, und zwischen der eigentlichen Gesellschaft die sogenannte Genossenschaft mitten inne steht. Denn von Genossenschaft pflegen wir vorzüglich dort zu reden, wo sich eine Gruppe von Einzelnen ... in einheitlicher Zweckverbundenheit zusammenschliesst ... Eine Geschichtszeit hindurch waren die Genossenschaften für die Ausgliederung der eigentlichen Gesellschaft, für den Vorgang des Wirtschaftens als solchen, von unvergleichlich grösserem Belang als jeder einzelne in Gestalt etwa der Industriekapitäne des vorigen Jahrhunderts. Weder ist er hauptsächlicher Träger und Tätiger des Wirtschaftens, noch ist es die Gesellschaft, sondern eben die Genossenschaft als ein Dazwischen, ein Mittleres.»

Die Genossenschaft weist eine «*ungemein reiche Geschichtsvergangenheit*» auf: «Sie reicht von der ländlichen Mark- und Dorfgenossenschaft unserer Frühzeit, von den Handwerkerverbänden römischer Collegia Opificum (als Mutterzellen der späteren Bauhütten und Freien Maurer) über die Einungen, Zünfte, Gilden des europäischen Mittelalters bis zu den genossenschaftlichen Neugründungen im vorigen Jahrhundert (zum Behuf des Kredits oder der landwirtschaftlichen Selbsthilfe;

Allen unseren Lesern entbieten wir zu den bevorstehenden Feiertagen die besten Wünsche.

Redaktion «SKV»

---

[1] *Merkur*, Stuttgart und Baden-Baden, 1949, 9. Heft, S. 891 bis 897. Die Hervorhebungen in den Zitaten sind von uns.

Schulze-Delitzsch, Raiffeisen, britische Vorbilder). Auch eine *geistige Belebung des Genossenschaftsgedankens* hat ja dann im vorigen Jahrhundert stattgefunden von der Rechts- und Gesellschaftsforschung her (Gierke), als sollte der letzte Zweifel behoben werden, *dass es hier um einen schlechthin primären, schlechthin elementaren Völkergedanken geht...»* — «Weit über derlei Rückbesinnung hinaus widerfährt der Genossenschaft indes als einer gleichsam *perennierenden* (die Zeiten überdauernden. Red.) *sozialen Erscheinungsweise* eine Erneuerung einziger Art im letzten Viertel des letzten Jahrhunderts.»

Hier, im wirtschaftlichen Bereich, bleibt nun Ziegler nicht stehen, sondern er möchte ähnlich wie Jung die genossenschaftlichen Prinzipien auch *politisch* zur Geltung bringen. Im Unterschied zu Othmar Spann redet er dabei nicht einer Restauration des alten Ständestaates das Wort, «da es echte Stände innerhalb unseres Erfahrungsbereiches nirgends mehr gibt». Es handelt sich jedoch um einen Staat mit korporativer Grundlage, fügt er doch in Klammer bei: «Auch Mussolinis Stato Corporativo wäre heranzuziehen, hätte ihn seine Abhängigkeit von der faschistischen Diktatur nicht schon im Ansatz verfälscht.»

Ziegler fasst also den Begriff der Genossenschaft sehr weit. Genossenschaft ist ihm vor allem eine soziologische Kategorie; sie erscheint als Mittelstufe zwischen dem Einzelmenschen und der «grenzenlosen» Gesellschaft. Nach Zieglers Auffassung handelt es sich vor allem darum, der Gesellschaft eine organische Struktur zu geben. Dabei denkt er der Genossenschaft eine wichtige Mittlerfunktion zu, und zwar nicht nur im wirtschaftlichen, sondern auch im politischen Bereich.

Wenn wir auch eine andere Genossenschaftstheorie vertreten, wenn wir auch wissen, dass Zieglers Ideen durch neuere Genossenschaftstheoretiker überholt sind (Sektorentheorie usw.), so dürfen wir uns doch freuen, dass die soziale Bedeutung des Genossenschaftswesens hüben und drüben immer mehr erkannt wird. Dies ist um so wichtiger, als es heute darum geht, eine neue Welt aufzubauen, in der die Genossenschaft eine wichtigere Rolle spielen wird als in der verflossenen Epoche.

Hans Dietiker

Umsatz des V. S. K. und schweizerisches Volkseinkommen

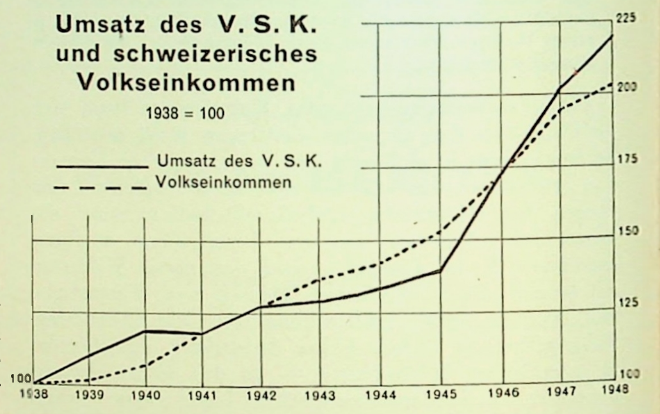
Im Jahre 1938 betrug *der Umsatz des V. S. K.* 207 Millionen Franken. In den folgenden Jahren bis heute erhöhte sich dieser Betrag ganz beträchtlich, doch war die Zunahme nicht gleichmässig. Von 1940 auf 1941 war sogar, trotz gestiegener Preise, eine leichte Abnahme zu verzeichnen. Ein Jahrzehnt nach dem letzten vollen Friedensjahr jedoch war der Umsatz des genossenschaftlichen Dachverbandes auf 455 Millionen Franken angewachsen. Das entspricht einer Vermehrung um 120% im Vergleich zu 1938.

In der gleichen Periode nahm *das schweizerische Volkseinkommen* von 9 auf etwas über 18 Milliarden Franken zu, oder um 103 %. Der genossenschaftliche Umsatz ist also zuletzt sogar noch etwas stärker gestiegen als das gesamte Volkseinkommen. Somit besteht einiger Grund, diese Entwicklung mit Befriedigung zu betrachten.

Diese Zahlen sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst. Die Uebersicht zeigt die Entwicklung Jahr für Jahr, sowohl in absoluten Frankenbeträgen wie auch in Prozenten, wobei in beiden Fällen der Stand im Jahre 1938 = 100 gesetzt ist.

	Umsatz des V. S. K. in Millionen Franken	in % 1938 = 100	Schweiz. Volkseinkommen in Milliarden Franken	in % 1938 = 100
1938	207,0	100	9,0	100
1939	227,9	110	9,2	102
1940	247,1	119	9,7	107
1941	244,2	118	10,6	118
1942	263,7	127	11,5	127
1943	267,3	129	12,3	137
1944	275,6	133	12,8	142
1945	289,2	140	13,8	153
1946	358,7	173	15,7	173
1947	418,3	202	17,6	195
1948	454,5	220	18,3	203

Wir haben der besseren Anschaulichkeit halber den Verlauf der beiden Zahlenreihen auch in einer Graphik festgehalten. Dabei wurden jedoch nicht die Frankenbeträge, vielmehr die Verhältniszahlen eingezeichnet. Auf diese Weise werden die beiden Kurven deutlicher gegenübergestellt.



Man sieht aus dieser Graphik, *dass die Entwicklung des Umsatzes des V. S. K. mit dem Volkseinkommen im grossen und ganzen Schritt gehalten hat.* In einigen Jahren nahm das Volkseinkommen, in anderen dagegen der Umsatz des V. S. K. schneller zu. Zu verschiedenen Malen, und das ist recht bemerkenswert, war sogar die Entwicklung genau die gleiche: 1941 erreichten beide 118%, und 1942 je 127% des Standes vor dem Kriege; 1946 fallen beide Kurven erneut mit 173 % von 1938 zusammen. Seither hat der Umsatz des V. S. K. in seiner Zunahme diejenige des Volkseinkommens leicht überholt.

Betrachtet man den ganzen Zeitabschnitt von 1938 bis 1948, dem letzten Jahr, für das beide Zahlen jetzt vorliegen, so erkennt man, dass der Umsatz des V. S. K. in einem ziemlich festen Verhältnis zum Volkseinkommen gestanden hat. Der Anteil schwankte zwischen 2,1 und 2,6% — einmal mehr, einmal weniger. Im ganzen und als überschlägiger Durchschnitt könnte man sagen, dass der Umsatz des V. S. K. rund 2⅓% des schweizerischen Volkseinkommens ausmacht.

Economist

32. Delegiertenversammlung der Möbel-Genossenschaft

Samstag, 1. April 1950

Um 14.30 Uhr eröffnet Dir. H. Rudin als Präsident der Verwaltung die Delegiertenversammlung der Möbel-Genossenschaft, die bedauerlicherweise von seiten der Mitglieder sehr schwach besucht war, im Sitzungszimmer an der Güterstrasse in Basel. Nach der Genehmigung des Protokolls der Delegiertenversammlung vom 2. April 1949 gedachte der Vorsitzende des im Berichtsjahr verstorbenen Verwaltungspräsidenten M. Maire, der sich seit ihrer Gründung um die Entwicklung der Möbel-Genossenschaft grosse Verdienste erworben hat.

Direktor H. Rudin erläutert Bericht und Rechnung, die schriftlich vorliegen:

Der Gesamtumsatz der drei Geschäftsstellen Basel, Biel und Zürich beträgt 4,3 Millionen Franken und weist gegenüber dem Vorjahr eine Umsatzverminderung von 2,7 % auf. Dagegen konnte sich der Verkauf auf der vorjährigen Höhe halten und unter Einbeziehung der Aufträge der sogen. Sparverträge ist sogar eine leichte Verkaufsvermehrung festzustellen. Die Möbel-Genossenschaft beginnt das neue Geschäftsjahr mit einem beträchtlichen Auftragssaldo.

Zu erwähnen ist weiter besonders die erfreuliche Tatsache, dass das Warenlager auf Ende Dezember 1949 um zirka 1,1 Millionen Franken niedriger ist als der Höchststand im Jahre 1948.

Zusammenfassend stellt der Vorsitzende fest, dass das Betriebsergebnis von 1949 gegenüber dem Vorjahr einen minimen Rückgang darstellt, dass aber immerhin nach Verbuchung sämtlicher Betriebskosten, der Bank- und Hypothekarzinsen und der nötigen Abschreibungen noch eine zusätzliche Abschreibung am Warenlager vorgenommen werden konnte, so dass der Jahresabschluss als befriedigend angesehen werden kann.

Nach weitern detaillierten Angaben aus der Jahresrechnung durch Direktor J. Besse, wird der Delegiertenversammlung folgende Verteilung des verfügbaren Ueberschusses nach Verbuchung sämtlicher Betriebskosten, der Bank- und Hypothekarzinsen und der nötigen Abschreibungen beantragt:

Verzinsung der Anteilscheine mit 4 %	Fr. 12 868.—
Gesetzlicher Reservefonds	» 16 000.—
Vortrag auf neue Rechnung	» 2 657.81
Total	Fr. 31 525.81

Nachdem P. Seiler namens der Kontrollstelle seinerseits die trotz verhältnismässig geringen Eigenkapitals sichere finanzielle Lage der Möbel-Genossenschaft skizziert und der Versammlung Genehmigung der Jahresrechnung beantragt hat, werden Bericht und Rechnung einstimmig gutgeheissen und der Verwaltung mit Dank Décharge erteilt.

In der Diskussion wurde von verschiedenen Seiten die Frage der vereinfachten Standardmöbel in guter Qualität und zu günstigem Preis aufgeworfen. Direktor Besse schildert die Schwierigkeiten der Einführung einfacher Gebrauchsmöbel beim schweizerischen Konsumenten, der sich einem Standardtyp widersetzt. Versuche, die in dieser Richtung gemacht wurden, haben gezeigt, dass gerade diese Kreise, die für derartige Möbeltypen geschaffen und zum Teil mit Subventionen verbilligt wurden, solche Möbel nicht kaufen.

Ferner wird darauf hingewiesen, dass die Möbel-Genossenschaft selbst innerhalb unserer Bewegung noch zu wenig bekannt ist und dass sämtliche Möglichkeiten der Propaganda für die guten Dienste dieser Zweckgenossenschaft stärker als bisher ausgenützt werden sollen, soweit dies im Rahmen der hiefür zur Verfügung stehenden Mittel überhaupt möglich ist.

Zum Schluss darf noch besonders hervorgehoben werden, dass die Verwaltung der Möbel-Genossenschaft durch einstimmigen Beschluss das nicht bei der VASK versicherte Personal (Vertreter, Schreiner und Tapezierer) eine Gruppenversicherung bei der «Coop-Leben» abgeschlossen und damit ein soziales Werk geschaffen hat, das in der Branche kaum seinesgleichen haben dürfte.

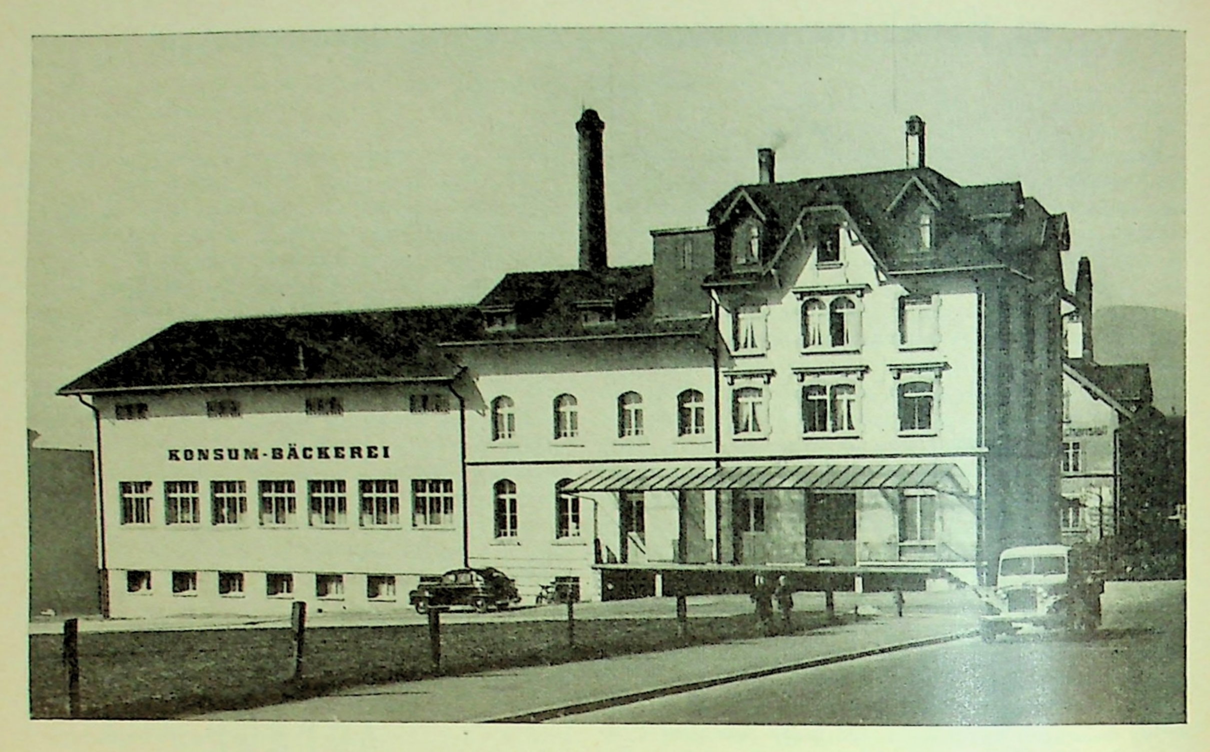
am.

AUFRUF

zur 34. Schweizer Mustermesse in Basel
vom 15. bis 25. April 1950

Während der letzten Jahre, als die Nachfrage das Angebot überstieg, war es vorwiegend der Produzent, der Warenmenge und Verkaufsbedingungen bestimmte. Heute, da die Konkurrenz wieder eingesetzt hat, empfängt der Markt seine Anregungen aufs neue vom Käufer. Dieser Wandel stellt schon jetzt — und inskünftig in noch vermehrtem Masse — die Anpassungsfähigkeit aller Zweige der schweizerischen Wirtschaft auf eine harte Probe. Die Mustermesse zeigt, dass diese Probe bestanden werden kann, und beweist, dass schweizerische Erfindungskraft und schweizerischer Schöpfergeist auch in der Gegenwart lebendig und aktiv sind. Durch die Mannigfaltigkeit und Qualität der gezeigten Produkte legt sie Zeugnis dafür ab, dass unsere Industrie sich selbst treu geblieben und willens ist, alles zu tun, um die Schwierigkeiten zu überwinden, die sich ihr derzeit auf dem Gebiete des internationalen Handels entgegenstellen.

Max Petitpierre, Bundespräsident



Gesamtansicht der Bäckerei. Links der Neubau.

Besichtigung der neuen Konsumbäckerei Solothurn

Es ist gewiss nichts Alltägliches, wenn an der Eröffnung eines neuen genossenschaftlichen Produktionsbetriebes die «ersten beiden Eidgenossen» teilnehmen. Dass dies am 30. März in Solothurn der Fall war, verdankt die dortige Konsumgenossenschaft einmal der Tatsache des solothurnischen «Doppel-Präsidialjahres» im Bund, dann aber gewiss auch ihrem Ansehen bei der Bevölkerung und den Behörden innerhalb ihres Wirtschaftsgebiets.

Einer der beiden hohen Magistraten — Nationalratspräsident Jacques Schmid — hatte es sich sogar nicht nehmen lassen, schon morgens früh um fünf Uhr an der ersten Besichtigung der neuen Bäckerei teilzunehmen, um selbst den Produktionsprozess, der ja üblicherweise im wesentlichen auf die frühen Morgenstunden entfällt, in allen seinen einzelnen Phasen folgen zu können.

*

Doch machen wir uns selbst auf zu einem Rundgang durch den Bäkkereineubau: Die neue Bäckerei der Konsumgenossenschaft Solothurn ist entstanden durch einen teilweisen Umbau des bestehenden Betriebs und durch die Schaffung eines Neubaus, der sich harmonisch mit dem Altbau zu einem Ganzen vereint. Schlicht und schön präsentiert sich heute der genossenschaftliche Produktivbetrieb Solothurn den Vorübergehenden, und wer ihn betritt, dem erschliesst sich ein Wunderwerk moderner und modernster Maschinen, des Eingreifens der Technik in die Produktion unseres täglichen Brotes.

Vom Mehlmagazin im 1. Stock, in dem stets rund 300 bis 400 Säcke Mehl lagern, gelangen wir in die moderne Teigmacherei. Das Mehl wird laufend in die drei je 200 Kilo fassenden Silos, die von der Teigmacherei her gefüllt werden können, befördert, um dann automatisch vom Keller her mittels einer pneumatischen Saugvorrichtung in den Estrich und von da durch ein Sieb in den Teigkessel geleitet zu werden. Der Teigkessel selbst steht auf einer Waage, so dass der Teigmacher jedes beliebige Quantum Mehl in die Teigschüssel einzufüllen in der Lage ist. Das Mehl wird dort mit Wasser, Salz und Hefe zum Brotteig verarbeitet und mit Hilfe einer modernen Maschine geknetet. Durch einen besonderen Teigkanal gelangt das Backgut in den Backraum im Parterre, wo es zu entsprechenden Laiben geformt wird, um dann, nachdem es den Gärschrank durchwandert hat, den vierzehn Meter langen Turnusofen, der auf 42 Schaukeln stündlich bis zu 750 Kilo Brot zu erzeugen in der Lage ist, anvertraut zu werden.

Der von der Therma in Schwanden — einem Unternehmen, das den Von Rollschen Eisenwerken in Gerlafingen und Klus nahesteht — gelieferten Turnusofen, kann auf eine Backzeit von 10 bis 120 Minuten eingestellt werden. Die vom Ofen entwickelte Temperatur beträgt 220 bis 260 Grad und gestattet ein gleichmässiges Backen des Produkts.

Den Ofen verlässt das Brot nach dem Backen auf einem sich unter

ihm durchziehenden Transportband, von dem es — im Keller auf ein weiteres Transportband automatisch umgeladen — direkt in die Spedition gelangt. Hell und freundlich ist der ganze Backraum, an den sich ein Kühlraum zur Aufbewahrung wärmeempfindlicher Rohmaterialien und Produkte anschliesst. Durch grosse Fenster fällt während des Tages eine Fülle von Licht in den Raum. Bemerkenswert ist dabei insbesondere auch noch die Deckenstrahlungsheizung, die Radiatoren im neuen Bau überflüssig macht.

Im Kellergeschoss befinden sich neben der Konditorei die Personalräume. Jeder Bäcker besitzt seinen eigenen Doppelkasten für Zivil- und Arbeitskleider. Fünf modernste Duschenräume stehen den insgesamt 18 Angestellten zur Verfügung.

Im vergangenen Jahre sind von der Konsumgenossenschaft Solothurn insgesamt 800 000 Kilo Brot und 800 000 Stück Kleingebäck produziert worden. Das, trotzdem die Arbeit weitgehend durch den Umbau behindert war. In den zwei weiterhin bestehenden Einschiessöfen wurde diese grosse Produktion bis in den November hinaus bewältigt. Seit dem 26. November ist nun aber der Turnusofen in Betrieb und man darf feststellen, dass innerhalb der Mitgliedschaft der Konsumgenossenschaft grosse Zufriedenheit über die Brotqualität, die sich keineswegs gemindert hat, herrscht.

Es fällt dem Laien nicht leicht, all das zu verstehen, was dem Fachmann und gar dem Konstrukteur geläufig ist. Es wimmelt innerhalb dieser wohl modernsten Bäckerei förmlich von Schaltern und Hebeln. Wir haben uns auch darauf beschränkt, in kurzen Zügen den Produktionsvorgang zu zeigen, weniger aus freiem Willen als weil uns die notwendigen technischen Voraussetzungen zu tieferm Eindringen in alle die technischen Vorgänge, die da vor unsern Augen abrollten, fehlen.

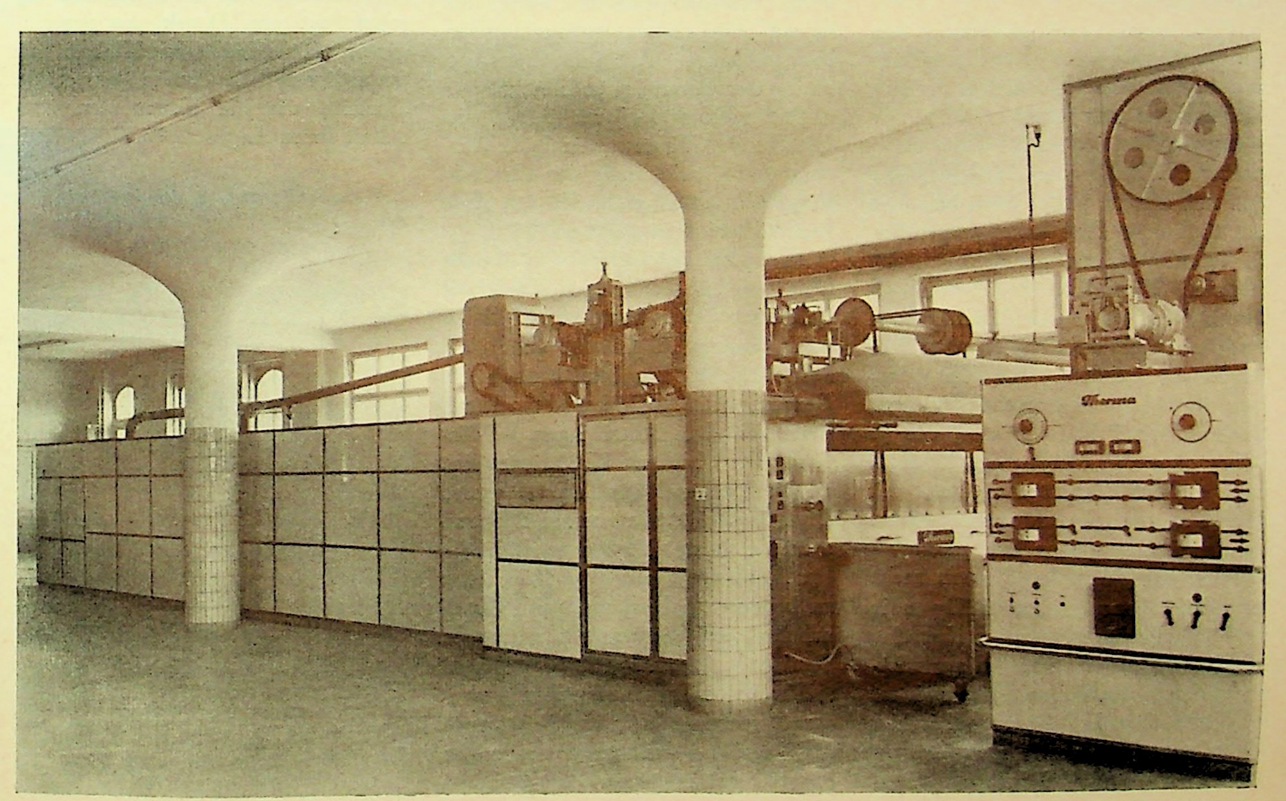
*

Wenden wir uns dem zweiten Teil der Veranstaltung zu, der die Gäste — etwa 55 an der Zahl — zu einem gemeinsamen Mittagessen zusammenführte. Manches Wort, das es verdient, im folgenden festgehalten zu werden, wurde da noch gewechselt.

Dem Präsidenten des Verwaltungsrates, Obergerichtspräsident *F. Bachtler*, war es vorbehalten, in kurzen Zügen auf die Entstehungsgeschichte der neuen Bäckerei hinzuweisen. Im August 1948 bewilligte die Delegiertenversammlung einen Kredit von 750 000 Franken für den Neu- und Umbau. Der Präsident dankte vor allem sämtlichen Unternehmern, die beigetragen hatten, das Werk zu einem für alle Beteiligten erfreulichen Ende zu führen und hob hiebei vor allem die Verdienste der «Therma» in Schwanden und der Firma Meyer, Solothurn, die die Mehlförder- und Siloanlage erstellt hat, hervor. Es wurden überall Schweizer Firmen herangezogen und man hat sich darüber hinaus bemüht, dem solothurnischen Gewerbe die Aufträge zu erteilen, die es auszuführen vermochte.

Von privaten Bäckermeistern ist der Neubau stark angefochten worden. Man hat sogar von «seelenlosem Brot» gesprochen. Vier Wochen lang war der Turnusofen im Betrieb und die Mitglieder haben vier Wochen

Der 14 Meter lange Turnusofen. Rechts der Gärschrank.





Die Teigmacherei. Automatisch wird das Mehl aus einem der drei je 2000 kg Mehl fassenden Silos vom Keller angesaugt, über ein Sieb im Estrich geführt, um schliesslich gelockert und gereinigt in die auf einer Waage stehende Teigschüssel geführt zu werden.

lang von diesem «seelenlosen Brot» gegessen, ohne dass jemand das bemerkt hätte.

«Wir werden auch in Zukunft den notwendigen Konkurrenzkampf in fairer Art führen, handelt es sich dabei doch um einen reinen Leistungswettbewerb. Die Konsumgenossenschaften haben dazu beigetragen und tragen weiter dazu bei, dass am täglichen Brot keine ungerechtfertigten Gewinne gemacht werden können. Wir haben den Beweis erbracht, dass mit anständigen Löhnen und bei niedrigen Preisen gutes Brot hergestellt werden kann. Wir glauben, dass die bernische Bauern-, Gewerbe- und Bürgerpartei, die ja selbst über die Milch-, die Mühlen- und andern Genossenschaften mit dem Genossenschaftswesen eng verbunden ist, vergessen hat, daran zu denken, dass, was den Bauern recht ist, den Konsumenten billig sein muss. Auch der Konsument hat das Recht, sich zum Schutze seiner wirtschaftlichen Interessen zu vereinen.

Wir hoffen bei allen politischen Parteien und auch bei der Regierung auf das notwendige Verständnis und können darauf hinweisen, dass wir allen sozialen Arbeitgeber- und Arbeitnehmerorganisationen, soweit als irgend möglich entgegengekommen sind. Unsere Arbeitsbedingungen sind gut und werden es bleiben.

Das vollendete Werk erfüllt uns mit Freude. Wir erwarten dafür Achtung und Anerkennung von allen und verpflichten uns, einen loyalen Konkurrenzkampf zu führen.»

Verwalter Schmuckle wies darauf hin, dass die Konsumgenossenschaft Solothurn, die heute 31 Filialen zählt, wovon 13 in der Stadt, 58 Jahre alt ist. Sie besitzt auch ein Gemüsespezialgeschäft und ein Kaufhaus mit drei Abteilungen. «Während der beiden Weltkriege hat unsere Bäckerei der Armee grosse Dienste geleistet. In unserer Bäckerei arbeiten heute 18 Angestellte, die durchaus nicht nur die Maschinen zu bedienen haben. Auch die Handarbeit kommt in unserm modernen Betrieb zu ihrem Recht.»

Ein besonderes Kränzchen windet der Verwalter seinem Vorgänger, alt Verwalter Fritz Bachmann, dem die Oberleitung über den Bau anvertraut war. — «Wir haben heute dank unserer modernen Anlagen die Möglichkeit, frühzeitig unsere sämtlichen Filialen mit frischem Brot zu beliefern und werden auch unsern Mitgliedern Gelegenheit geben, die neue Bäckerei zu besichtigen.»

Im Namen der Behörden spricht *Stadtammann Dr. P. Haefelin*, Ständeratspräsident. «Wir haben uns heute davon Rechenschaft ablegen können, was es braucht, bis das tägliche Brot auf unserm Tisch steht, und wir sind uns bewusst, welche Bedeutung die Bäckerei der Konsumgenossenschaft Solothurn während des Krieges hatte und auch heute noch hat. Wir müssen uns im übrigen auf den Boden der Tatsache stellen: Es gibt Privat- und es gibt Genossenschaftsbetriebe. Beide Formen haben ihre Existenzberechtigung. Ein Konkurrenzkampf wird auch in der Zukunft nötig sein. Er soll aber loyal sein, und das Hauptbestreben aller muss darin bestehen, den Konsumenten so gut als möglich zu bedienen.

Wie es genossenschaftlichem Geist entspricht, ist auch die neue Bäckerei der Konsumgenossenschaft ein Werk der Gemeinschaft. Vor allem stadtsolothurnische Kräfte waren es, die es erstellten. Die Konsumgenossenschaft hat zum Zweck, die gemeinsamen Interessen der Kleinen zu verteidigen. Wir haben heute die Vorteile, die die Konsumgenossenschaft ihren Angestellten bietet, ken-

Auf einer «Rutsche» gleitet der Teig von der Teigmacherei im ersten Stock hinunter in den Backraum.



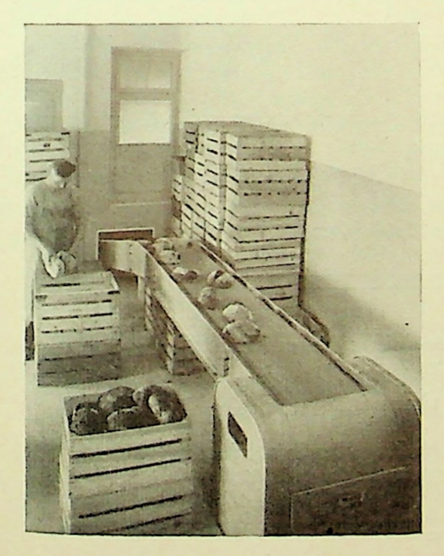
nenlernen können. Hygiene und Arbeiterschutz spielen in der neuen Bäckerei eine grosse Rolle. Aus ihr ist auch die Handarbeit nicht verbannt. Die Sauberkeit der Belegschaft springt in die Augen.

Dem neuen Werke bezeugen wir unsere Achtung und Anerkennung, um so mehr als auch der Präsident darauf hingewiesen hat, dass der Konkurrenzkampf auch in Zukunft ein loyaler sein soll. So kann das neue Werk im weitesten Sinne des Wortes dem Wohl der Gemeinschaft dienen.»

Namens des V. S. K. überbrachte *Dr. Leo Müller*, Mitglied der Verbandsdirektion, die besten Glückwünsche und wies auf die Bedeutung der konsumgenossenschaftlichen Brotvermittlung hin, die darin zum Ausdruck kommt, dass es in der deutschen Schweiz über 150 konsumgenossenschaftliche Bäckereien gibt. Alle verfolgen sie das gleiche Ziel, dem Konsumenten ein möglichst gutes Brot zur Verfügung zu stellen. Zur neuen Bäckerei können wir der Konsumgenossenschaft Solothurn und den Unternehmern nur gratulieren. Für unsern Freund alt Verwalter Bachmann aber wird diese Bäckerei ein bleibendes Denkmal sein.

Nachdem die «Therma» den Film, den sie von der neuen Bäckerei hat machen lassen, vorgeführt hatte, ergriff auch deren Direktor *Dietler* das Wort, um darauf hinzuweisen, dass bereits der dritte von der Therma gelieferte Turnusofen nun in Betrieb sei. Dieser Turnusofen ist eine neue Schaffung der «Therma» und stellt etwas vom modernsten dar, was es heute auf diesem Gebiet gibt. Die Konstruktion hat ungeheure Vorarbeiten verlangt. Hier sehen wir die in einem solchen modernen Betriebe steckende Seele. Der Ingeniuer hat mit dem, was er verwirklichte, dem Bäcker nur die unsaubere Arbeit abgenommen und damit zur Veredelung der Arbeit beigetragen. Gleichzeitig aber wird es dem Arbeiter dank der technischen Einrichtung möglich, seine Existenzverhältnisse zu verbessern. Wir möchten wünschen, die neue Bäckerei der Konsumgenossenschaft Solothurn werde sich erfreulich weiterentwickeln. Als letzter sprach namens der Vereinigung schweizerischer Konsumvereinsbäckereien deren Präsident *E. Zulauf*, Vizepräsident der Direktion des ACV, der auch die Grüsse des Verwaltervereins und der Direktion des ACV überbrachte. Die Glückwünsche galten vor allem alt Verwalter Bachmann, der in nimmermüder Arbeit an diesem Werk entscheidend mitgeschaffen hat. Es ist ein Wunderwerk, dem wir unsere Achtung bezeugen.

Auf einem fliessenden Band gelangt das Brot vom Ofen in die Spedition.





Herstellung von Gipfeln.

Der erste automatische Turnusofen ist 1931 vom ACV in Basel in Betrieb genommen worden. Es war ein Werner-Pfleiderer-Ofen. Der ganze Gewerbeverband wandte sich damals gegen diese «Brotfabrik» und nur unter Ueberwindung grösserer Hindernisse konnten wir diesen Ofen in Betrieb setzen. Heute aber ist der Turnusofen aus der modernen Grossbäckerei überhaupt nicht mehr wegzudenken.

*

Die Konsumgenossenschaft Solothurn hat mit dem Neubau ihrer Bäckerei einen entscheidenen Schritt zu ihrer weitern Entwicklung getan. Die Bäckerei ist heute freilich noch nicht hundertprozentig ausgenützt. Was nicht ist, kann aber werden. Mehr und mehr werden sich überdies die Konsumgenossenschaften veranlasst sehen, notwendige Rationalisierungsmassnahmen zu treffen, indem sie sich regional zusammenschliessen, um vielleicht da und dort eine weniger leistungsfähige Bäckerei zugunsten der modernen auszuschalten und um dadurch den Konsumenten noch bessere Dienste leisten zu können, was ja alleiniger Zweck all ihrer Bemühungen ist und bleiben wird.

27. Delegiertenversammlung der Schuh-Coop Basel

Samstag, den 1. April 1950

Unter dem Vorsitz ihres Verwaltungspräsidenten, Dir. O. Zellweger, kamen die Delegierten des Genossenschaftsverbandes Schuh-Coop Basel am Vormittag des 1. April im Freidorf zur 27. Delegiertenversammlung zusammen. Die Protokolle der Delegiertenversammlung vom 2. April 1949 und der ausserordentlichen Delegiertenversammlung vom 17. September 1949 werden einstimmig genehmigt.

Anschliessend würdigte der Vorsitzende die Verdienste der verstorbenen M. Maire, als langjährigen Förderers und Mitglieds der Verwaltung der Schuh-Coop, zu dessen Ehren sich die Versammlung von den Sitzen erhebt.

Direktor Zellweger erinnert an die am 1. März 1925 erfolgte Gründung der Schuh-Coop als selbständige Zweckgenossenschaft und ladet die Delegierten namens der Verwaltung zur Feier des heutigen Jubiläums zu einem gemeinsamen Mittagessen ein.

Direktor Kreuter hebt in kurzen Ausführungen die wichtigsten Punkte aus dem Jahresbericht und der Jahresrechnung, die schriftlich vorliegen, hervor. Er bezeichnet den Abschluss der Schuh-Coop als befriedigend, obschon diese mit grossen Schwierigkeiten zu kämpfen hatte und keine Dotierung der Reserven möglich geworden ist.

Die Schwierigkeiten sind gekennzeichnet durch eine gesamtschweizerische Produktion, die die Nachfrage übersteigt, während der Export immer noch stark unter den Vorkriegswerten zurückgeblieben ist. Die Schuhpreise sind dadurch allgemein gefallen, obschon mit ganz geringen Ausnahmen die den Preis bestimmenden Faktoren (Material-, Lohn-, Fabrikations- und Verteilungskosten) keine Senkung erfahren haben.

Aus der Betriebsrechnung und Bilanz erwähnt Direktor Kreuter die Lieferungen an die Vereine im Betrag von 17,7 Millionen Franken gegenüber knapp 25,2 Millionen Franken im Vorjahr, was einer Abnahme um 29,5% entspricht. Diese Entwicklung zwar zum Teil nicht ungewollt und sollte eine Reduktion der Warenlager sowohl bei der Schuh-Coop wie bei den Vereinen herbeiführen.

Die Bilanz zeigt eine Verringerung der Warenvorräte von 5,2 auf rund 3 Millionen Franken.

Nach Abschreibung sämtlicher Anschaffungen schlägt die Verwaltung der Delegiertenversammlung vor, den ausgewiesenen Ueberschuss wie folgt zu verteilen:

Verzinsung des Anteilscheinkapitals zu 4 % . .	Fr.	49 649.55
Aeufnung des Fonds für Vergütung von 5% des Lohnes an das Personal	»	68 312.75
An das Genossenschaftliche Seminar	»	20 000.—
Saldovortrag	»	16 961.69
	Fr.	154 923.69

Direktor Hauert ergänzt diesen Jahresbericht durch eine eingehende Schilderung der gegenwärtigen Situation im schweizerischen Schuhhandel, indem er seine Ausführungen in einem Bericht über die allgemeine Lage, über die Situation der Schuh-Coop und die Verhältnisse bei den Vereinen mit Schuhvermittlung gliedert.

Der bereits geschilderten Situation, wonach das Produktionsvermögen der schweizerischen Schuhindustrie den inländischen Bedarf bei weitem überschreitet, wird allgemein durch Einschränkung der Produktion und Lagerreduktion entgegengearbeitet. Es wurden im Jahre 1949 9 Millionen Paar Schuhe hergestellt, gegenüber 11,4 Millionen im Vorjahr.

Die Schuh-Coop hat das Jahr 1949 mit einem Lager von nahezu 411 000 Paar Schuhen (5,2 Millionen Franken Marktwert) begonnen und es bis Ende des Jahres auf knapp 260 000 (Marktwert 3 Millionen Franken) reduziert. Im allgemeinen Umsatzrückgang verzeichnet auch das Eigenfabrikat «COOP» mit 167 315 Paaren einen leichten Rückgang.

In den Vereinen mit Schuhvermittlung macht sich natürlich das Abgleiten der Detailpreise ebenfalls bemerkbar. Während allerdings im gesamten Detailhandel eine Verminderung des Wertumsatzes um 12% gegenüber 1948 festgestellt wurde, verzeichnen diese Vereine nur einen solchen um 9,5 %.

Für die notwendig gewordenen Abschreibungen hat die Schuh-Coop ihre Preissturzreserve freigegeben.

Nicht in erhofftem Ausmasse ist der Lagerabbau bei den Vereinen gelungen, und hier mahnt der Vorsitzende zu weitern Anstrengungen. Der durchschnittliche Lagerumschlag beträgt 1,1 mal, während als Norm für die Schuhvermittlung in Gemischtwarenläden 1 mal als ungenügend, 1,5 mal als gut und für Spezialläden 1.5 mal als ungenügend und 2.5 mal als gut bezeichnet werden.

Welche Möglichkeiten einer Umsatzsteigerung für unsere Verbandsvereine noch bestehen, zeigt Direktor Hauert in der Gegenüberstellung, wonach der jährliche Normalverkauf pro Person Fr. 40.— und der jährliche Verkauf in unsern Vereinen pro Mitglied Fr. 15.— beträgt.

Nach kurzer Diskussion werden Jahresbericht und Jahresrechnung gemäss den Anträgen der Kontrollstelle genehmigt; der Verwaltung wird aus der Delegiertenversammlung der beste Dank ausgesprochen, der vom Vorsitzenden namens der Verwaltung an die Direktion, die Angestellten und Arbeiter der Schuh-Coop weitergegeben wird.

Bei der Ersatzwahl in die Verwaltung für den verstorbenen M. Maire wird auf Vorschlag des V. S. K. Dir. H. Rudin einstimmig gewählt.

Einstimmig wird ebenfalls die bisherige Kontrollstelle wieder gewählt.

*

Die verbleibende Zeit bis zum gemeinsamen Mittagessen benutzt der Vorsitzende, um zum 25jährigen

Bestehen der Schuh-Coop in ihrer heutigen Form einen kurzen Rückblick auf die «heroische Epoche» der genossenschaftlichen Schuhvermittlung zu geben. Er erinnerte an die Kämpfe, die durch die Anhandnahme des Schuhverkaufs durch die Konsumgenossenschaften hervorgerufen wurden und 1908 zur Gründung einer Schuhwarenabteilung des V. S. K. führten. Im Jahre 1911 beschloss die Delegiertenversammlung die Errichtung einer eigenen Schuhfabrik, für die ein Jahr später ein Baukredit von 300 000 Franken (!) bewilligt wurde. Von 1913 bis 1918 vermochten die Schuhfabrik und die Schuhvermittlung des V. S. K. ihren Umsatz auf 10,9 Millionen Franken zu steigern. Nach einer Periode grosser Schwierigkeiten erfolgte am 1. März 1925 die Umwandlung der Schuhfabrik V. S. K. in die bis heute bestehende Zweckgenossenschaft, die sich im Verlaufe der verflossenen 25 Jahre vollauf bewährt hat.

Als wichtigste Zukunftsaufgabe hob Dir. O. Zellweger zum Schlusse seiner Ausführungen eine weitgehende Beratung der Verbandsvereine und die fachtechnische Verbesserung der Schuhvermittlung hervor, wobei der Personalschulung ganz besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden soll. Im grossen und ganzen geht es darum, die Schuhvermittlung von der Fabrik bis in den Laden weiter zu rationalisieren. am.

Die Entwicklung der westdeutschen Konsumgenossenschaften im Jahre 1949

Ueber die zahlenmässige Entwicklung der deutschen Konsumgenossenschaften berichtet mit eingehenden Statistiken alljährlich das Jahrbuch des Zentralverbandes. Hier seien die wichtigsten Ergebnisse aus dem Jahre 1949 bekanntgegeben. Es handelt sich zwar nur um vorläufige Zahlen, die aber bereits ein klares Zeugnis darüber ablegen, dass unsere Konsumgenossenschaften auch im vergangenen Jahr ein gutes Stück im Wiederaufbau vorangekommen sind.

	1948	1949	Veränderung in %
Zahl der berichtenden Konsumgenossenschaften	244	284	+ 16,4
Mitglieder	750 656	1 022 300	+ 36,2
Zahl der Verteilungsstellen	5 686	6 109	+ 7,4
Zahl der Bäckereien	111	115	
Zahl der Fleischereien	16	16	
Umsätze (in 1000 DM)			
Gesamtumsätze	568 905	713 700	+ 25,4
Verteilungsstellenumsätze	513 658	679 800	+ 32,3
Gütererzeugung (Verkaufswerte in 1000 DM)			
Gesamt	95 848	100 500	+ 4,9
davon: Bäckereien	67 318	74 600	+ 10,8
Fleischereien	8 581	21 900	+ 155,2
Beschäftigte			
Gesamt	25 113	rd. 28 900	+ 15,1
davon: Verteilungsstellen	16 314	18 750	+ 14,9

Nach der vorstehenden Statistik haben im Jahre 1949 an 40 Orten der Bundesrepublik neue Konsumgenossenschaften ihre Tätigkeit aufgenommen. Darüber hinaus wurde eine Reihe weiterer Genossenschaften gegründet, die aber bis zum Jahresende noch keinen Geschäftsbetrieb eröffnet hatten.

Mit ganz besonderer Genugtuung stellen wir fest, dass die Zahl der angeschlossenen Mitglieder am Jahresende 1949 die erste Million überschritten hat. Rund 270 000 Familien sind es, die im vergangenen Jahr den Weg zu unserer Bewegung gefunden haben. Das ist ein schöner Beweis für die wachsende Anziehungskraft und Leistungsfähigkeit der deutschen Konsumgenossenschaften.

Das Netz der Verteilungsstellen wurde 1949 um 423 erweitert und umfasste am Jahresende insgesamt 6109 Verteilungsstellen. Davon waren 5865 oder rund 96% allgemeine Verteilungsstellen und 244 Spezial-Verteilungsstellen.

Die Umsätze des vergangenen Jahres sind als befriedigend zu bezeichnen. Sie erhöhten sich gegenüber 1948 um 144,8 Millionen DM oder 25,4% auf 713,7 Millionen DM. Die Verteilungsstellenumsätze wiesen mit einer Steigerung von 32,3% gegenüber dem Vorjahr eine günstigere Entwicklung auf als die Gesamtumsätze. Entfielen 1948 von den Gesamtumsätzen 90,3% auf die Verteilungsstellen, so waren es 1949 bereits 95,2%. Die besonders günstige Entwicklung der Verteilungsstellenumsätze zeigt sich auch im durchschnittlichen Monatsumsatz je allgemeine (Gemischtwaren) Verteilungsstelle. Dieser erreichte 1949 9647 DM gegenüber 9181 DM im Jahre 1948.

Da die Preisbewegung im Jahre 1949 im allgemeinen eine fallende Tendenz zeigt, kann festgestellt werden, dass die mengenmässige Umsatzerhöhung die ausgewiesene wertmässige Zunahme noch um einiges übertroffen hat. Die Gründe für die erfreuliche Umsatzentwicklung liegen neben der allgemein reichlicheren Warenversorgung vor allem in der günstigen Preisbildung in den Konsumgenossenschaften.

Mit der Entwicklung der Umsätze hat die Gütererzeugung in den Konsumgenossenschaften im vergangenen Jahre nicht Schritt halten können. Die Eigenherstellungsumsätze waren an den Gesamtumsätzen mit etwa 14% beteiligt, gegenüber 17% im Jahre 1948. Den Kern der Eigenproduktion in den Genossenschaften bildeten weiterhin die Bäckereien. Die Umsätze dieser Betriebe wiesen im Jahre 1949 bereits wieder einen beachtlichen Aufschwung aus. Das galt in ganz besonderem Masse auch für die konsumgenossenschaftlichen Metzgereien, bei denen sich mit zunehmender Normalisierung der Fleischwirtschaft eine neue Aufwärtsentwicklung angebahnt hat.

Die Bezüge der Konsumgenossenschaften von der GEG betrugen 48,8% der Gesamtbezüge gegenüber 42,3% im Jahre 1948. Diese Gegenüberstellung ist ein Spiegelbild der erhöhten Leistungsfähigkeit der GEG. Sie zeigt ausserdem, dass die Konsumgenossenschaften in zunehmendem Masse bestrebt sind, ihren Warenbedarf bei der eigenen Wirtschaftszentrale zu decken.

Die Zahl der in den Konsumgenossenschaften beschäftigten Mitarbeiter erhöhte sich, dem Wachsen der Bewegung entsprechend, um rund 4000 oder 15% und betrug Ende 1949 etwa 29 000. Dr. Br.

«Konsumgenossenschaftliche Rundschau», Hamburg

ARBEIT ... FREUDE oder FRON?

Chef und Personal

Von P.-D. Dr. Paul Reiwald

Die Männer, die im Betrieb an leitender Stelle stehen, würden sich vom Geist des Betriebes viel stärker Rechenschaft geben, wenn sie ahnen würden, in welchem Masse dieser Geist *auf sie* zurückwirkt. Es ist überall anerkannt, dass eine Ausbildung für Betriebsführung, ein «training for management», wie die Engländer sagen, ausserordentlich schwierig ist. Der beste Lehrmeister bleibt noch immer das Leben, die praktische Erfahrung. Das hindert aber nicht, dass alle Betriebsleiter und Direktoren genau darauf achten sollten, welches die besten Arbeitsbedingungen — und Zeiten für sie sind. Wir wissen heute zum Beispiel durch die Statistik, dass der Montag ein «bevorzugter» Unfalltag ist und dass bei mittelschwerer Arbeit die meisten Unfälle in der zweiten Hälfte des Vormittags aufzutreten pflegen. Die Erklärung ist einfach: Am Montag muss nach der Samstags- und Sonntagspause erst wieder eine Gewöhnung an die Arbeit eintreten und diese Uebergangszeit bringt eine gewisse Risikosteigerung mit sich. Die zweite Vormittagshälfte wiederum bringt mehr Unfälle, weil hier der Arbeiter, der in die Arbeit hineingekommen, der «warm» geworden ist, oft unbewusst die Griffzahl steigert, während zugleich durch das Gefühl der Sicherheit die Aufmerksamkeit abnehmen kann.

Solche Tatsachen müssen Betriebsleiter und Direktoren nicht nur wissen, sie müssen die Folgerungen auch auf sich anwenden. Sie müssen verstehen, dass auch ihre *«Gezeiten» der Arbeit* wechseln, vor allem aber auch die Stimmung, mit der sie an die Arbeit und — an die Menschen, mit denen sie zu tun haben, herantreten. Es gibt genügend Geschäfte und Unternehmungen, in denen die «Laune» des Leiters eine sehr bedeutsame Rolle spielt. Es ist alles andere als ein gutes Zeichen für die Unternehmung, wenn als erste Bemerkung nach Eintritt des Chefs sich das Personal untereinander zutuschelt: «Heute ist *er* wieder schlechter Laune», oder wenn der Angestellte, der zum Direktor gerufen wird, sich vorher erst ängstlich erkundigt: «Wie ist die Luft dadrin?»

Es gibt genügend Leiter und Betriebsleiter, die ihre schlechte Laune als Machtmittel gebrauchen. Sie sind überzeugt, dass Arbeiter und Angestellte sich in stärkerer Abhängigkeit fühlen, wenn sie sich vor der wechselnden Laune des Chefs fürchten. Solche Leiter wissen — ganz abgesehen von dem Mangel an sozialem Gefühl, das sie dem wirtschaftlich Schwächeren bezeugen — gar nicht, welchen Schaden sie sich selber zufügen, wie sehr sie sich damit das Leben vergällen, das ihnen bei etwas Freundlichkeit und Mitteilungsfähigkeit unvergleichlich mehr geben würde als das armselige Machtgefühl, das sie im Augenblick empfinden mögen, wenn sie sehen, wie der Angestellte vor ihnen zittert.

Sie sehen ebensowenig den wirtschaftlichen Schaden, den sie zugleich mit dem sozialen sich selbst oder dem Betrieb zufügen. Der Geist der geheimen Rebellion, den sie damit erzeugen, wirkt sich unfehlbar in mangelnder Arbeitslust, in unachtsamem Umgang mit den Maschinen und dem Material, im Verschleiss und Verschleudern aus. Vor allem stellen sie sich auf diese Weise ausserhalb des Betriebes und werden unfähig, die Ursache von Störungen zu erkennen, die der Leiter, der mit seinen Mitarbeitern Kontakt hat, ohne weiteres erkennen kann. Dafür genügt schon die blosse Gleichgültigkeit gegen die Stimmung im Betrieb.

Ein Beispiel: In einer französischen Fabrik, die lichtempfindliches Material für photographische Apparate erzeugte, kam es in einer Abteilung zu ständigen Störungen. Die Arbeiter waren gegeneinander ebenso gereizt wie gegen den Betriebsleiter, es kam nicht selten zu Schlägereien und Schimpfereien und die Produktion litt ganz erheblich. Das Direktorium musste sich mit der Sache befassen, man riet auf die eine Ursache oder die andere, man glaubte an kommunistische Verhetzung. Ein Direktor, der die Arbeiter gut kannte, hielt solche Ursachen für ausgeschlossen. Er machte den Vorschlag, die roten Scheiben des Ateliers durch grüne zu ersetzen. Der Erfolg war verblüffend. In kurzer Zeit besserte sich die Stimmung, die Reibereien hörten auf und die Arbeitsleistung erreichte wieder die normale Höhe.

Selbstverständlich wussten die anderen Direktoren genau so gut wie der, der den Vorschlag zur Aenderung machte, dass die rote Farbe eine aufreizende Wirkung hat und dass Grün beruhigt. Die Frage ist nur, warum sie nicht ebenfalls auf den so einfachen, naheliegenden Gedanken kamen? Weil sie ausser Kontakt mit den Arbeitern waren, weil sie nichts von ihrer wirklichen Stimmung und Verfassung merkten, weil sie glaubten, man könne einen Betrieb leiten, indem man Anordnungen trifft, ohne von den Menschen etwas zu wissen.

Angesichts der ausserordentlichen Differenzierung eines modernen Betriebes ist es sicherlich heute weit schwieriger für die Direktion, sich mit dem «Geist des Betriebes» in Verbindung zu halten. Aber wenn die Aufgabe auch viel schwerer ist als in den Zeiten, wo man mit ein oder zwei Dutzend Menschen einen Betrieb führen konnte, so ist sie doch nicht unlösbar, allerdings unter einer Voraussetzung:

die Leitung muss es zu ihren wesentlichen Aufgaben rechnen, sich über die Ansichten, die Wünsche, die Schwierigkeiten, die Klagen der Arbeiter und Angestellten auf dem laufenden zu halten.

Sicher ist in vielen Fällen die Anstellung eines besonderen Personalchefs unentbehrlich. Aber auch er kann den einzelnen Leiter nicht von der Aufgabe befreien, in Kontakt mit dem Ganzen zu bleiben, persönlich etwas von der Stimmung wahrzunehmen, die den Betrieb beherrscht. Oft hat man den Eindruck, dass mit der Bestellung eines Personalchefs, der nun «für alles Persönliche» verantwortlich ist, diese Aufgabe, die jedem Menschen in leitender Stellung obliegt und die ihm ein Personalchef wohl erleichtern, aber nicht abnehmen kann, gänzlich beiseite geschoben wird.

Es gibt Chefs, die sich wie mit einer Mauer umgeben. Aus ihrem «Verkehr» mit der Aussenwelt kann man schliessen, wie sie es mit ihrem Personal halten. Der Vertreter einer grossen Versicherungsgesellschaft erzählte mir folgendes:

«Ich kam zu dem Direktor einer grossen chemischen Fabrik, um ihn für einen neuartigen Vorschlag zu interessieren. Ich sagte höflich ‚Guten Tag!' und stellte mich vor. Kein Wort, keine Erwiderung, keine Aufforderung, Platz zu nehmen. Schliesslich fasste ich mir Mut und trug meine Sache vor, im Anfang zaghaft, aber dann kam ich in Fahrt und wurde immer herzhafter und eindringlicher. Indessen, jede Bemühung, ein Kopfnicken, ein Lächeln oder nur ein Zeichen des Aufhorchens bei meinem Vis-à-vis hervorzurufen, war vergebens. Ich senkte die Stimme, ich machte Pausen, ich flocht Fragen ein — nichts. In diesem erstarrten Block war keine Regung. Schliesslich hielt ich inne, ich sagte mir, dass es ja lächerlich sei, hier fortzufahren, mich zu erniedrigen und meine Zeit zu verlieren.

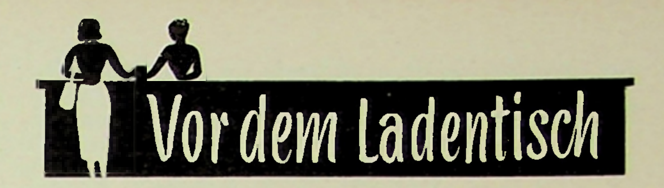
Plötzlich kam Leben in meinen Mann. ‚Das ist ausgezeichnet, das ist durchaus einleuchtend. Wollen Sie bitte meinen Prokuristen und Betriebsleitern Ihre Ausführungen wiederholen.'

Ein paar Worte durchs Telephon und alsbald strömten die Angestellten herein und mein Vortrag begann aufs neue. Der Vertrag wurde am selben Tage unterzeichnet.»

Dieser Direktor mag als Chemiker und Kaufmann noch so tüchtig sein, er mag in seinem Betrieb organisatorisch alles noch so zweckmässig eingerichtet haben — man kann sich schwer vorstellen, dass sich in solcher Luft atmen lässt. Aber es ist auch nicht möglich, dass auf die Dauer nicht der Betrieb selber darunter leidet. Wer möchte einem solchen Menschen freiwillig Informationen und Anregungen geben, wer ihn über die Einstellung, Stimmung und geistige Verfassung der Arbeiter und Angestellten aufklären? Und über den Betrieb hinaus fügt er dem gesellschaftlichen Ganzen schweren Schaden zu. Inmitten der Demokratie hält er an weithin sichtbarer Stelle ein starres Autokratentum aufrecht.

Stürmi-Fritz

gönnt sich selbst und seinen Lesern einige Tage der Ruhe. Er wird in der nächsten Nummer wieder von sich hören lassen und wünscht heute allen frohe Ostern!



Was mich von Herzen freute

Man ist gerne zur Kritik bereit. Aber trotz aller Kritik sollte man nicht vergessen, auch immer wieder die guten Seiten hervorzuheben; denn was wirklich gut ist und von Herzen kommt, das bleibt sowieso immer still im Hintergrund. Darum möchte ich ganz kurz von etwas berichten, das mich von Herzen freute, als ich davon erfuhr.

In einer grössern Stadt unseres Landes befindet sich in einem dichtbewohnten Quartier ein Konsumladen. Zu den Kundinnen dieses Ladens gehört seit vielen Jahren eine Frau, die jeden Abend dort ihre Milch und ihre Lebensmittel einkaufte. Vor einiger Zeit erschien die Frau immer seltener und blieb schliesslich ganz weg. Das fiel der ersten Verkäuferin auf und sie erkundigte sich, ob die Frau ausgezogen sei. Dabei brachte sie in Erfahrung, dass die betagte Kundin aus gesundheitlichen Gründen ihre Wohnung kaum mehr verlassen kann. Nun, in hundert gleichen Fällen wäre man darüber hinweggegangen. Die verantwortliche Leiterin dieser Filiale hatte aber nicht allein nur Geschäftsinteresse, sondern auch einen menschlichen Sinn. Sie beauftragte nämlich das Lehrmädchen, jeden Morgen schnell in die Wohnung der Kranken hinüberzugehen und ihre Bestellung entgegenzunehmen. Am Nachmittag werden ihr dann die Waren zugestellt.

Ich weiss genau, dass es nicht möglich ist, dass jede Konsumfiliale einen solchen «Kundendienst» einrichtet. Aber es gibt immer und überall Gelegenheit, die Menschlichkeit walten zu lassen und über die Interessen am Geschäft hinaus Taten zu vollbringen, die ein wirklicher Beitrag zur Verwirklichung des Genossenschaftsgedankens sind. Darum habe ich auch dieses kleine Beispiel aufgezeichnet.

E. de Sk.

Wenn man unverhofft Besuch bekommt

ist man froh, schnell, schnell im Konsumladen einige süsse Weggli, etwas Patisserie oder einen kleinen Kuchen kaufen zu können. Schon oft ist es mir nun aber passiert, dass ich bereits um halb vier Uhr am Nachmittag in unserem Konsumladen kein einiges Weggli, ja, nicht einmal mehr ein Pfund Brot bekam. Die Verkäuferinnen haben sich immer wieder damit entschuldigt, dass sie eben nicht zu viel dieser Waren führen können, da sie sonst Gefahr laufen, die Sachen nicht mehr verkaufen zu können und die altbacken gewordenen Weggli «am Hals» zu haben.

Einenteils kann ich das ja verstehen, andernteils aber dünkt es mich doch recht rücksichtslos gegenüber dem Publikum. Besonders bei uns; denn wir wohnen in einem Quartier, in dem wir sehr weitgehend auf den Konsumladen angewiesen sind. Befände sich ein privater Bäcker in der Nähe, so wäre das Problem für mich persönlich gelöst — ich würde ganz einfach in solchen Fällen dort einkaufen. Gesamthaft aber gesehen kann aus einer solchen Haltung der Konsumgenossenschaft ein grosser Schaden entstehen. Kann dem nicht abgeholfen werden?

Frau Olga S.-V.

Aus einem Bericht der amerikanischen Handelskommission (Federal Trade Commission):

Die grössten amerikanischen Unternehmungen haben ihre Gewinne gegenüber der Vorkriegszeit verdoppelt

Die amerikanische Handelskommission hat kürzlich eine Untersuchung über die Gewinne bei den amerikanischen Grossunternehmungen durchgeführt. Diese zeigt, dass im Jahre 1948 das «Big business» auf den investierten Kapitalien rund 20% Gewinn herauszuwirtschaften vermochte gegenüber ungefähr der Hälfte vor dem Kriege. Diese 20% verstehen sich nach Abzug der Steuern.

Die Zahlen zeigen auch, dass die Gewinne am höchsten sind für die grössten Unternehmungen und dass in je weniger Händen sich die Kontrolle einer Industrie befindet, um so höher die Gewinne sind. Das beweist, dass *Monopole oder monopolähnliche Gebilde für den Konsumenten höhere Preise* bedeuten.

General Motors

Dieser Satz von 20% ist besonders interessant, wenn wir hinweisen auf das, was der Präsident der General Motors Company im Januar vor 500 Geschäftsleuten in New-York gesagt hat, als er bemerkte, dass seine Gesellschaft 1949 600 Millionen Dollars Gewinne zu verzeichnen habe, was mehr sei, als irgendeine andere Gesellschaft je in einer entsprechenden Periode zu verzeichnen gehabt habe.

Trotzdem erklärte Sloan (Präsident der General Motors): «In den vergangenen Jahren ist der wirtschaftliche Anreiz durch die ständig steigenden Steuern geschwächt worden. Ich fürchte, dass Rückwirkungen auf die Wirtschaft sich jetzt langsam fühlbar machen. Ohne Rücksicht darauf, wie gross der eigene Einsatz auch immer sein möge, kann heute der einzelne nicht hoffen, mehr dafür zu erlangen, als notwendig ist, um seine laufenden Bedürfnisse und eine gewisse Altersvorsorge zu bestreiten.»

Der Handelskommissionsbericht zeigt, dass die Automobilindustrie die «Prozession» der grossen Unternehmungen *1948* mit einem Gewinn von 25% (nach Abzug der Steuern) anführte, gegenüber 17,3% im Jahre 1940. *1949* aber war das beste Jahr für die Automobilindustrie in bezug auf Produktion, Verkäufe und Gewinne.

25 Industrien

Der Bericht beschäftigt sich mit 528 Unternehmungen innerhalb von 25 ausgewählten Industrien. Es geht daraus hervor, dass 1947 und 1948 «sich für etwa die Hälfte der untersuchten Industrien eine Häufung der Gewinne bei 20% ergibt». 1940 befanden sich nur 2 von den 25 Industrien in der «Klasse» von 25% und 16 in der «Klasse» um 10%.

Mit andern Worten zeigt der Bericht klar, dass der grosse Teil des «Big business» das früher zufrieden war, Gewinne um 10% auf den investierten Kapitalien zu machen, heute 20% verlangt, wobei zu erwähnen ist, dass das Anlagekapital heute wesentlich grösser ist als 1940, wenn auch die Wertverminderung des Dollars mit in Rechnung gestellt werden muss.

Die Industrien, die die stärksten Erhöhungen ihrer Gewinne von 1940 bis 1948 zeigen, sind die folgenden:

	1940	1948
Rayon	8,6%	20,3%
Petroleum	6,7%	19,4%
Brot	7,6%	19,8%
Büro- und Ladenmaschinen	13,2%	23,9%
Papier und verwandte Produkte	9,6%	18,2%
Wollteppiche und Wolldecken	8,9%	17,3%
Biscuits	8,8%	17 %
Linoleum und Filzunterlagen	7,5%	15,4%
Automobile	17,3%	25 %

Die Kommission legt dar, dass von den 25 untersuchten Grossindustrien 12 Gewinne um 20% erzielten, während zwei andere — Automobile und Büroeinrichtungen — gar 23% überschritten. Von den übrigen Grossindustrien wiesen 3 Gewinne zwischen 15 und 17% auf, 6 zwischen 10 und 15% und nur 2 hatten Gewinne unter 10% zu verzeichnen.

Die grössten Unternehmungen erzielten die höchsten Gewinne!

Weiter weist die Handelskommission darauf hin, dass in den meisten Industrien die 4 grössten Unternehmen höhere Gewinne erzielten als die Mittelbetriebe, obwohl es auch Ausnahmen gibt. 1948 gab es 17 Industrien, in denen die Gewinne der 4 grössten Kompanien höher waren als die der anderen Unternehmungen derselben Industrie. 1940 war das anders.

Eine der bezeichnendsten Tatsachen in den Ausführungen der Handelskommission ist, dass die Industrien mit grossen Gewinnen identisch sind mit denjenigen, in denen die Leitung sich in den Händen einiger weniger Unternehmungen befindet. Das zeigt, dass Monopolbedingungen in der Industrie Hand in Hand gehen mit hohen Gewinnen — auf dem Rücken des Konsumenten.

«Co-operative-Builder», Superior, Wisconsin (USA)

Genossenschaftliche Industriebetriebe in Oesterreich

Auf dem Genossenschaftstag der österreichischen Werks- und Wirtschaftsgenossenschaften erfuhr man, dass zu den zurzeit in Oesterreich bestehenden sieben Betrieben von Arbeitsgenossenschaften weitere 25 in den ersten Monaten dieses Jahres treten werden. Die Genossenschaft wird von der jeweiligen Belegschaft gebildet, die einen kommissarisch verwalteten Betrieb auf Grund eines vom Finanzministerium genehmigten Pachtvertrages übernimmt, wobei die Eigentumsfrage bis zum Abschluss des Staatsvertrages offenbleiben kann.

Da der Gesamtüberschuss der vergenossenschafteten Unternehmen zwischen der Belegschaft (Genossenschafter) und dem Betrieb als eigenständigem Rechtsträger halbiert wird und dieser sich lediglich aus der Arbeitsleistung der Belegschaft ableitet, ergab sich die interessante Erfahrung, dass *die Belegschaften mit äusserster Anspannung auf die Leistungsfähigkeit des Betriebes bedacht sind.* So melden sich nicht voll beschäftigte Arbeiter und Angestellte freiwillig zu Mehrleistungen und die Belegschaften sind bestrebt, jeden an den für ihn zweckmässigsten Arbeitsplatz innerhalb des Betriebs zu stellen.

Die Absenzen vermindern sich auf ein Minimum, die Unfallverhütung wird besonders beachtet, Vereinfachungen in den Arbeitsvorgängen werden erstrebt usw., kurzum, es herrscht bei den Belegschaften der Sinn für Rationalisierung in einem solchen Mass, dass

die vergenossenschafteten Betriebe heute die am besten rationalisierten in Oesterreich

sind. Diese Ergebnisse verleihen der Vergenossenschaftung eine Bedeutung, die weit über den Rahmen der Wirtschaft hinausreicht und eines der wichtigsten Probleme unserer Zeit berührt; das Problem der Verantwortung und der Persönlichkeit. Es zeigt sich darin deutlich und klar, dass dort, wo man den kleinen Mann nicht als blosse Nummer betrachtet, sondern ihm die Möglichkeit des Wirkens und Werteschaffens im eigenen Verantwortungskreis und für den eigenen Lebensbereich gibt, sich ein zufriedener, arbeitsfreudiger Mensch aus dem Grau des Alltags schält, der nichts mehr von der Gleichgültigkeit des Massenmenschen an sich hat, sondern sich als lebensbejahende, initiativ wirkende Persönlichkeit entpuppt. Dr. H. R.

Die Bewegung im Ausland

Deutschland. *Keine Schlechterstellung der Konsumgenossenschaften geduldet.* Der Bundesminister für Wirtschaft des Westdeutschen Bundesstaates hat dem Deutschen Genossenschaftsverband e. V. (Sitz Wiesbaden) mitgeteilt, dass er auf Grund des in neuerer Zeit vorgelegten Materials über Diskriminierung und Boykottierung von Genossenschaften durch industrielle Hersteller veranlasst habe, die Aufmerksamkeit der Dekartellisierungsstellen der Länder erneut auf die Angelegenheit zu lenken. Gleichzeitig hat der Bundesminister für Wirtschaft der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern mitgeteilt, dass die Dekartellisierungsstellen der Länder aufgefordert worden sind, gegen die — trotz vor einiger Zeit gegebenen Warnung — noch festgestellten Verstösse die Dekartellisierungsgesetze mit allem Nachdruck zur Anwendung zu bringen. Der Deutsche Genossenschaftsverband hat seine Revisionsverbände aufgefordert, bei den zuständigen Länderministerien hierauf hinzuweisen.

Finnland. *Genossenschaftliche und allgemein wirtschaftliche Fortschritte.* Die finnischen Genossenschaftsschlächtereien erhöhten 1949 ihren Umsatz gegenüber dem Vorjahre um 8,9 Millionen Kilo oder 45 % auf 28,7 Millionen Kilo. Die Genossenschaftsmolkereien des finnischen Sprachgebietes konnten ihren Milchverkauf um 44,6 % auf 747,64 Millionen Kilo, diejenigen des schwedischen Sprachgebietes um 36,4 % auf 120,96 Millionen Kilo steigern. Alle diese einen unbestreitbaren Fortschritt markierenden Zahlen sind ein Ausdruck nicht nur eines genossenschaftlichen Aufschwungs, sondern gleichzeitig auch einer ausgesprochenen Besserung der wirtschaftlichen Lage Finnlands ganz allgemein. h.

Konsumgenossenschaftliche Selbstbedienungsläden in Dänemark und England. Mit dem Schlagwort «Achtung vor der Hausfrauen Arbeit und Zeit» eröffnete am 26. Oktober 1949 die Konsumgenossenschaft Kopenhagen ihren ersten Selbstbedienungsladen. Der Laden macht einen einladenden, schmucken Eindruck; die Einrichtung ist in lichter Eiche gehalten, verchromtes Metall wurde überall im Laden, wo es notwendig war, verwendet, die Kühltische sind weiss lackiert und aus rostfreiem Stahl. Der Laden führt Lebensmittel, Kolonialwaren, Gemüse, Obst, Wasch- und Putzmittel, Bedarfsartikel und Haushaltgeräte. Die Genossenschaftsleitung sieht in der Selbstbedienung in erster Linie die Lösung des Problems der Wartezeit.

Der Kopenhagener Selbstbedienungsladen ist nicht der erste seiner Art in Dänemark. Der erste Selbstbedienungsladen des Landes wurde bereits am 14. Juni 1949 von der Konsumgenossenschaft in Esbjerg eröffnet. Eine Umfrage unter den Mitgliedern dieser Genossenschaft bestätigte ebenfalls die bei den Selbstbedienungsläden in anderen Ländern gemachte Erfahrung, dass die Hausfrau den Selbstbedienungsladen insbesondere wegen des Fortfallens der Wartezeit beim Einkaufen bevorzugt.

Auch die englischen Konsumgenossenschaften haben durch Errichtung von Selbstbedienungsläden ihren Mitgliedern das Einkaufen ganz bedeutend erleichtert. Die Konsumgenossenschaft Portsmouth ist in dem Bestreben, dem Verbraucher entgegenzukommen, noch einen Schritt weitergegangen: sie hat drei fahrbare Selbstbedienungsläden angeschafft, die in solche Gegenden geführt werden sollen, in denen noch keine genossenschaftlichen Abgabestellen bestehen. Die Wagen sind 5,5 Meter lang und 2,25 Meter breit.

Island. *Neue Versicherungsgenossenschaft.* Die Versicherungsgenossenschaft auf Gegenseitigkeit «Samvinnutryggingar», Reykjavik, die am 1. September 1946 ihre Tätigkeit aufnahm, hat zwei erfolgreiche Geschäftsjahre hinter sich. Die Zahl der im ersten Geschäftsjahr (1946/47: 16 Monate) abgeschlossenen Policen betrug 8595 und stieg im zweiten Jahr auf 14 556; die Prämieneinnahmen stiegen von Kr. 3 773 304 (Umrechnungskurs: Fr. 1.— = 0,50—0,60 Kronen) im Jahre 1947 auf Kr. 4 457 759 im Jahre 1948. Im Verlauf der ersten 16 Monate ausbezahlte Entschädigungen beliefen sich auf Kr. 1 201 992. Der Arbeitsbereich der Genossenschaft umfasst Feuer-, See- und Automobilversicherungen; bisher wiesen alle drei Zweige etwa gleiche Prämieneinnahmen auf. Die Bilanzsumme war Ende 1948 Kr. 5 052 429; Reserven zur Deckung von Entschädigungsforderungen betrugen Kr. 1 064 027, Prämienreserven Kr. 1 987 790 und eigentliche Reserven Kr. 17 101.

Schweden. *Der Umsatz KFs im Jahre 1949.* Der Verband schwedischer Konsumvereine (KF) erzielte 1949 einen Gesamtumsatz von 847,78 Millionen Kr., was einer Zunahme um 71,4 Millionen Kr. gegenüber dem Vorjahr gleichkommt. Vom Gesamtumsatz entfallen 503,01 Kr. auf die angeschlossenen Genossenschaften. Der Wert der Eigenproduktion erreichte 1949 520,15 Millionen Kr. oder 101,19 Millionen Kr. mehr als 1948. Im Gegensatz zum Gesamtumsatz handelt es sich bei der Eigenproduktion um Bruttowerte, das heisst intere Lieferungen — die einen ziemlichen Betrag erreichen — sind nicht ausgeschaltet. Unter den Produktionsbetrieben steht an der Spitze die Oelmühle Karlsham mit einem Umsatz von nicht weniger als 183,03 Millionen Kr. Die 1948 neu erworbenen Produktionsbetriebe, nämlich die Henkelwerke (Persilfabrik) und die Schokoladefabrik Kalmar, erzielten Umsätze von 12,29 beziehungsweise 8,43 Millionen Kr. Die Gesamtzahl der durch KF und seine Tochterunternehmungen beschäftigten Personen stellte sich Ende 1949 auf 13 840.

Tschechoslowakei. *«Bratrstvi» — die grösste tschechoslowakische «Konsumgenossenschaft».* Die tschechoslowakischen «Konsumgenossenschaften» haben im Vorjahr 62% der Gesamtbevölkerung der Tschechoslowakei versorgt, wobei einige von ihnen Milliardenumsätze erzielten. Die grösste Konsumentenorganisation ist die Prager «Genossenschaft» «Bratrstvi», deren Umsatz im Jahre 1949 ungefähr 4,5 Millionen Kronen ausmachte. Ihre Mitgliederzahl ist im verflossenen Jahr um 57 560 auf 242 047 gestiegen, so dass die «Genossenschaft» in ihren 2390 Prager Verkaufsstellen über 70% der gesamten Prager Bevölkerung beliefert.

UdSSR. — *Ländliche Konsumläden.* Die sowjetischen «Konsumgenossenschaften» haben im vergangenen Jahr in den ländlichen Gegenden der Sowjetunion 13 000 neue Läden eröffnet. In diesem Jahr wollen die «Konsumgenossenschaften» weitere 11 000 Kaufläden auf dem Lande einrichten. 1949 kauften die Kollektivbauern in den Konsumläden 30% mehr Waren als 1948.

Bibliographie

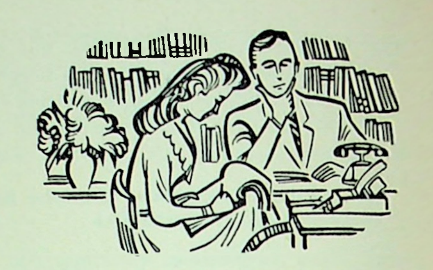
Werner Kuhn: **Die Bedeutung Charles Fouriers für die Gedankenwelt Herman Greulichs.** Juris-Verlag, Zürich 1949. 135 Seiten.

Der Verfasser, ein Schüler des Zürcher Historikers L. v. Muralt, untersucht in seiner Dissertation ein Kapitel schweizerischer Ideengeschichte. — Worte wie «Liberalismus» oder «Sozialismus» erweisen sich ja als zu befrachtet, als dass sie noch tragfähig sein könnten, so dass es notwendig ist, auf die Intentionen der einzelnen *Menschen* (dieser oder jener Richtung) näher einzugehen. Hierin liegt der besondere Wert der Abhandlungs Kuhns.

Sie basiert auf einem gründlichen Quellen- und Literaturstudium und erhärtet damit die Erkenntnisse, die wir zum Teil schon aus früheren Arbeiten, zum Beispiel aus der «Ideengeschichte» Henry Faucherres, kennen. hsd.



Für die PRAXIS



Strategie und Taktik bei Umsatzrückgang

Man stelle sich einmal folgenden Befehl eines Abschnittskommandanten vor:

«Der Feind bedrängt uns hart. Unsere Verluste sind gross. Ich befehle daher den Herren Kommandanten, durch rigorose Einsparung im Munitionsverbrauch die Gleichgewichtslage wieder herzustellen.»

Und dann übertrage man das sinngemäss auf das Wirtschaftsleben. Jedermann wird den oben erwähnten Befehl als vollständig falsch bezeichnen. Wer vom Feinde bedrängt wird, muss sich stärker wehren. Keinem Offizier würde es einfallen, in einer solchen Lage die Feuerbefehle zu reduzieren.

Nun ist es ja kein Geheimnis, dass gerade die Strategie des Krieges sehr oft mit der Werbung in Verbindung gebracht wird. Interessanterweise finden sich tatsächlich gewisse Analogien. Uns scheint vielmehr, dass die Werbepolitik vieler Unternehmungen derselben Mentalität entspringt wie der Frontbefehl, den wir an die Spitze unserer Betrachtungen gestellt haben. Sinngemäss übertragen lautet die Richtlinie der Geschäftsführung an die Werbeleitung dann folgendermassen:

«Die Konkurrenz bedrängt uns hart. Unsere Umsätze sinken. Ich verfüge daher, durch rigorose Beschränkung des Werbebudgets die Gleichgewichtslage des Unternehmens wieder herzustellen.»

Mit Verlaub — finden Sie einen Unterschied? Wohl kaum! Also ziehen wir mutig die Konsequenzen und bezeichnen eine solchermassen skizzierte Werbepolitik als falsch. Die richtige Erkenntnis zur richtigen Zeit kann uns hier mehr nützen als gesuchte Entschuldigungen und Begründungen.

Wir sind die letzten, die einer rigorosen Ausgabenpolitik das Wort reden, aber Entscheidungen von solcher Tragweite, die mit dem Absatz, dem Nährboden jedes Unternehmens, so eng verbunden sind, müssen nach Gesichtspunkten getroffen werden, die den Verhältnissen angepasst sind. So einfach liegen die Dinge hier nicht, als dass man einfach nach Schema F die Ausgabenposten herunterstreicht. *Man beraubt sich dadurch selbst der einzigen Mittel, mit deren zielbewusstem Einsatz man auf die Dauer die Geschäftssituation wieder verbessern kann.*

Bei einer bestimmten Umsatzhöhe haben die Generalunkosten zum Erlös einer Ware ein Idealverhältnis, d. h. die Spanne zwischen Verkaufspreis und Kosten lässt sich in einem durchschnittlich feststehenden Prozentsatz ausdrücken. Daraus entwickelt sich letzten Endes der Ueberschuss. Steigt der Umsatz, so erhöht sich der prozentuale Ueberschussanteil der verkauften Mengeneinheit, weil die Kostenprogression nicht im selben Masse erfolgt. Umgekehrt verhält es sich, wenn die Umsätze sinken, dann erhöhen sich die Kostenanteile pro abgesetzte Mengeneinheit und vermindern den Ueberschuss. Die Ueberwachung der Umsatz- und Kostenfluktuation ist daher die primäre Aufgabe jeder Geschäftsleitung.

Einer anhaltenden Tendenz der Umsatzschrumpfung steht man anfänglich insofern hilflos gegenüber, als sich im Moment kaum die Möglichkeit bietet, die festen Kosten in flexibler Weise den veränderten Verhältnissen anzupassen. Als erste Massnahme versucht man mit aus der Not geborenen Mitteln die Verkaufsziffern zu erhöhen. Das hat deshalb wenig Aussicht auf Erfolg, weil sich Korrekturen einer Fehlentwicklung nie momentan, sondern nur auf Grund einer umfassenden Vorbereitung erfolgreich auswirken können. Jede Forcierung des Umsatzes oder der Senkung der Kosten führt automatisch zu einer Ueberbeanspruchung aller Teile und damit auf die Dauer zu einer Leistungsverminderung.

Vorausgesetzt, dass der Rückgang nicht artikelbedingt ist, sondern sich im Rahmen, d. h. im Verhältnis zur National-Wirtschaft bewegt, können unbedingt Massnahmen getroffen werden, die eine solche Entwicklung stoppen und das frühere Idealverhältnis zwischen Generalunkosten und Erlös einer Ware wieder herstellen. Eine durchgreifende Korrektur solcher Situationen lässt sich nur durch *vermehrten Einsatz zweckentsprechender Mittel* erfolgreich vornehmen — und damit sind wir zum Kernpunkt unserer Betrachtung gelangt.

Notwendigerweise steht zu Beginn jeder wichtigen Entscheidung diese Ueberlegung. Die *Lage muss auf Grund von Tatsachen überprüft* werden. Das *Ziel muss klar gesteckt sein*, und die Wege dahin müssen mit Erkenntnissen aus planmässiger Forschung fundiert sein.

Viele Unternehmer versuchen, aus Furcht vor falschen Entscheidungen, durch Forcierung der bisherigen Mittel jene Ergebnisse zu erzielen, die ihnen gerechterweise nur als Erfolge zufallen können, wenn sie einer veränderten Lage auch mit zweckentsprechenden Mitteln und Methoden begegnen. Es gibt eben *Zeiten, in denen die Betriebsführung aus der reinen Verwaltungs-Sphäre heraustreten muss.*

Viele Unternehmer sind jetzt an diesem Punkte angelangt, und viele werden noch dahin kommen. Das ist aber kein Grund zur Resignation und zur Beschneidung der Entwicklungsmöglichkeiten. *Jetzt hat die Stunde der wahren Führerpersönlichkeit geschlagen.* An Stelle des Bewahrers muss der Geist des Eroberers treten, der durch die Erfahrungen geklärt, Glauben mit Tatsachen zu verbinden weiss.

Wohl einer der schwersten Entschlüsse, die in diesem Moment zu treffen sind, wird sich auf die

sinngemässe Verwendung der zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel

beziehen. Anderseits muss die alte Erkenntnis ins Blickfeld gerückt werden, dass Wohlstand und Entwicklung

eines Unternehmens nur durch eine möglichst grosse Anzahl zufriedener Kunden sichergestellt sind.

Einem konjunkturbedingten Umsatzrückgang kann man nur erfolgreich begegnen, wenn Mehrleistungen und damit auch Mehraufwendungen auf die absatztechnischen Belange konzentriert werden. Diese können sich beziehen auf eine Vermehrung der Anzahl Verkäufe pro Kunde, auf die Erhöhung des Durchschnittsverkaufs oder auf eine Ausweitung des Kundenstammes.

Alle diese Zielsetzungen können aber nur durch vermehrten Einsatz von Mitteln der Absatzwirtschaft, vor allem durch Werbung erreicht werden.

Es ergibt sich daher der paradoxe Zustand, dass die Wiederherstellung des Kostengleichgewichtes durch *Erhöhung der Werbekosten* erzielt wird. Es versteht sich von selbst, dass mit einer rein zahlenmässigen Festsetzung noch nicht getan ist. Die zur Verfügung gestellten Mittel müssen auch eingesetzt bzw. verbraucht werden, und zwar, den Verhältnissen entsprechend, jetzt doppelt sorgfältig. Das strategische Ziel muss klar erkannt sein, und der taktische Einsatz der Werbemittel hat nach den erfolgreichen Prinzipien der modernen Absatzwirtschaft zu erfolgen. Zu diesem Zwecke sollen nur die besten Kräfte eingesetzt werden und die Werbung nur Händen anvertraut werden, die sich im Kampf um den Kunden bewährt haben.

Die rasch erkennbaren positiven Veränderungen werden dann bald die letzten Zweifel an der Illusion der bisherigen Strategie zerrinnen lassen. Der anfängliche Selbstbetrug muss einmal der Selbsterkenntnis weichen, der der Erfolg zur Seite steht. R. in «Wirtschafts-Dienst»

Aus der Praxis — für die Praxis

«Dörf's no öppis sy?»

Als Verkäuferin einer ländlichen Konsumablage bin ich eine eifrige Leserin des «Schweiz. Konsum-Vereins» und speziell der Winke «Für die Praxis». In Nr. 10 des «Schweiz. Konsum-Vereins» behandelt der Einsender Hg. die Frage: «Dörf's no öppis sy?» Er verurteilt diese geläufige Frage der Verkäuferin. Da ich aber selber die Gewohnheit habe, diese Frage an die Mitglieder zu richten, gestatte ich mir, doch einige Worte dazu zu sagen.

An dieser «gedankenlosen» Frage, als das sie der Einsender bezeichnet, kann ich mich keineswegs stossen. Sicher würden sich aber die Käufer empören, wenn ich beim Verkauf eines Paketes Waschpulver die vom Artikelschreiber gepriesene Frage stellen würde: «So, da wäre das Waschpulver. Wie steht es mit dem Einweichmittel usw.» Ich bin überzeugt, dass das Mitglied den Eindruck bekäme, ich wolle ihm Waren aufdrängen. Damit haben wir das Gegenteil von dem erreicht, was der Einsender Hg. doch bewirken möchte.

Oder würden Sie es vielleicht anständig finden, wenn ich den Käufer von Rahm fragen würde: «So, da ist der Rahm, wie steht es mit den Meringuesschalen?» Es ist doch nicht unbedingt gesagt, dass er noch Meringuesschalen wünscht.

Etwas ganz anderes ist es mit dem vom Einsender angeführten Beispiel beim Einkauf eines Herrenhemdes. Hier finde ich es absolut nicht stossend, wenn die Verkäuferin gleichzeitig eine schöne Krawatte anbietet.

Aber eben, nicht bei jedem Verkauf lassen sich verwandte Artikel auf diese Art anpreisen. Zudem sind die Mitglieder so verschieden, dass die Verkäuferin genau wissen muss, wem sie eventuell noch etwas zusätzlich anbieten darf.

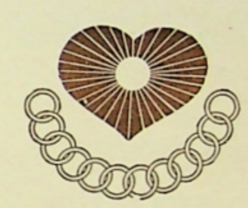
Wenn uns eine Hausfrau fragt, was man zu einem bestimmten Fleische kochen könnte, dann ist es am Platze, wenn wir beratend nachhelfen.

In einem andern Falle ist es mir schon passiert, dass das Mitglied mehr für sich fragt: «Habe ich nun alles eingekauft?» Hier darf nach meiner Ansicht die Verkäuferin nachhelfen und kann vielleicht noch dieses oder jenes zusätzlich verkaufen.

Fleissiger Schaufensterwechsel und schöne, dem Mitglied ins Auge springende Ausstellungen im Laden werte ich viel höher als die vom Einsender gepriesene Methode. Dadurch kann das Mitglied, wenn es noch auf die Bedienung wartet, in Ruhe die Sachen besehen und überlegt sich dann wahrscheinlich auch, von diesem oder jenem einen zusätzlichen Kauf zu machen. Aber eine Verkäuferin darf doch nicht den Eindruck erwecken, als wolle sie den Hausfrauen das Geld aus dem Beutel locken.

Also, ich für mich gehe von der vielleicht etwas veralteten Frage: «Dörf's no öppis sy?» vorderhand noch nicht ab und glaube, dass noch verschiedene Kolleginnen mit mir einig gehen. M. B.-M.

Was meinen die Kolleginnen und Kollegen unserer Einsenderin dazu? Red.



Sammlung für überlastete Mütter

Zum erfreulichen Ergebnis zur Sammlung für überlastete Mütter von insgesamt Fr. 74 280.46, woran die Konsumgenossenschaften, wie bereits mitgeteilt, mit Fr. 26 246.01 beteiligt sind, schreibt uns die Glückskette:

«Der herzliche Dank der Glückskette, öffentlich abgestattet in der Schluss-Sendung vom 19. März, gebührt darum in erster Linie den Hausfrauen, die mit der Abgabe der Marken diesen grossen Erfolg gesichert haben.

Nicht weniger dankbar ist die Glückskette der Leitung des Verbandes schweiz. Konsumvereine und den im V. S. K. zusammengeschlossenen Konsumvereinen dafür, dass sie die Durchführung der Sammlung ermöglichten und nach Kräften förderten.

Dank sagt die Glückskette aber auch den Verwaltern, den Filialleitern und -leiterinnen und last but not least dem Verkaufspersonal. Ihre Mitwirkung verdient grosse Anerkennung deshalb, weil sie die Mehrarbeit freudig auf sich genommen und für die getreue Ablieferung der Marken oder des Gegenwertes in bar besorgt waren.»

KREIS VI (Urkantone, Luzern und Zug)

Einladung zur Frühjahrskreiskonferenz

auf Sonntag, den 23. April 1950, vormittags 10.00 Uhr, im Hotel Volkshaus in Luzern.

TRAKTANDEN:

1. Appell, Wahl der Stimmenzähler.
2. Protokoll der Herbstkonferenz in Brunnen.
3. Jahresbericht des Präsidenten.
4. Rechnungsablage des Kreiskassiers. Festsetzung des Jahresbeitrages der Vereine an die Kreiskasse.
5. Wahl des Kreisvorstandes.
6. Geschäfte des Verbandes:
   a) Jahresbericht des V. S. K. pro 1949;
   b) Traktanden der Delegiertenversammlung vom 10. und 11. Juni 1950 in Luzern.
   Referent: Dir. Hans Rudin.
7. Mitteilungen des Kreisvorstandes.
8. Bestimmung des nächsten Konferenzortes.
9. Allgemeines.

Der Kreisvorstand gibt der Erwartung Ausdruck, dass alle Kreisvereine an der Konferenz vertreten sein werden.

Mit Genossenschaftsgruss!

Für den Kreisvorstand VI des V. S. K.,
Der Präsident: *P. Leutenegger*
Der Aktuar: *J. Renggli*

Interessengemeinschaft der Konsumvereine des V.S.K. mit Landesproduktenvermittlung

Einladung zur Frühjahrsversammlung

auf Samstag, den 22. April 1950, im Hotel «Bären» in Kerzers.

Um 9.45 Uhr findet vorgängig unserer Versammlung diejenige der SGG am gleichen Ort statt. Wir bitten Sie, daran teilzunehmen.

11.45 Uhr: Mittagessen; 13.30 Uhr: Beginn der *Tagung der IG.*

TRAKTANDEN:

1. Begrüssung.
2. Mitteilungen.
3. Protokoll der Herbstversammlung 1949.
4. Abnahme des Jahresberichtes
   a) der Jahresrechnung;
   b) Bericht der Revisoren.
5. Mutationen.
6. Beschlussfassung über eine eventuelle Studienreise im Frühherbst nach Südfrankreich.
7. Orientierung über den derzeitigen Stand der Versorgung mit Obst, Gemüse und Kartoffeln, durch Kollege Franz Rinderer, Chef der Abteilung Landesprodukte im V.S.K.
8. Allfälliges und anschliessend Besichtigung des SGG-Betriebes in Kerzers.

Der Präsident der IG:
Emil Hungerbühler

Genossenschaftliches Seminar
Stiftung von Bernhard Jaeggi

Dem Genossenschaftlichen Seminar wurden überwiesen:

Fr. 300.— von der Allg. Konsumgenossenschaft Rorschach
» 100.— vom Konsumverein Wald (Zch.)
» 50.— von der Konsumgenossenschaft Büren a. A.

Diese Vergabungen werden hiemit bestens verdankt.

Kinderheim in Mümliswil
Stiftung von Dr. B. und P. Jaeggi, Freidorf

Dem Kinderheim Mümliswil wurden überwiesen:

Fr. 200.— von der Siedelungsgenossenschaft Freidorf
» 100.— vom Konsumverein Horgen
» 50.— von der COOP Lebensversicherungs-Genossenschaft
» 50.— von der Konsumgenossenschaft Erschwil
» 50.— vom Konsumverein Neuendorf.

Diese Vergabungen werden herzlich verdankt.

Arbeitsmarkt

Angebot

Verkäufer-Ehepaar wünscht Konsumfiliale mittlerer Grösse (Umsatz ca. 150 000 bis 250 000 Fr.) zu übernehmen. Antritt 1. Mai. Kaution könnte geleistet werden. Ostschweiz bevorzugt. Detaillierte Offerten unter Chiffre G. L. 74 an die Kanzlei II. Departement V. S. K., Basel 2.

Nachfrage

Wir suchen für sofort gutausgewiesene, branchenkundige **Verkäuferin** in Filiale mit ca. 100 000 Fr. Umsatz. Offerten mit Lohnansprüchen, Zeugniskopien, Photo und Referenzen sind zu richten an die Verwaltung des Consumvereins Laufen (Jura).

Wir suchen für unsere Spezialabteilungen Textil- und Schuhwaren tüchtige, branchenkundige **Leiterin**, die fähig ist, den Einkauf zu besorgen und die beiden Abteilungen selbständig führen zu können. Bewerberinnen mit Erfahrung und Praxis wollen sich mit Angabe über bisherige Tätigkeit, Lohnansprüchen, mit Beilage von Zeugniskopien und Photo melden sich unter Chiffre U. R. 76 bei der Kanzlei II. Departement V. S. K., Basel 2.

Leiter(in) gesucht für kleineres Kaufhaus. Verlangt werden Kenntnisse der Textilbranche, Haushaltartikel und Teppiche. Offerten mit Ausweisen und Lohnansprüchen unter Chiffre R. A. 78 an die Kanzlei II. Departement V. S. K., Basel 2.

INHALT: *Seite*